

**ANALISIS STRATEGI PENINGKATAN PARTISIPASI  
ANGGOTA MELALUI TRANSAKSI E-COMMERCE**

(Studi Kasus pada Unit Usaha Waserda Koperasi Pegawai Republik Indonesia  
KPRI Sasakadana Garut)

**SKRIPSI**

Disusun Oleh:

**Rizki Agustus NurFajar**

**C1170084**

Dosen Pembimbing:

**Dr. Trida Gunadi, S.E.,M.Si**



**IKOPIN**

**KONSENTRASI MANAJEMEN BISNIS**

**PROGRAM STUDI S-1 MANAJEMEN**

**INSTITUT MANAJEMEN KOPERASI INDONESIA**

**2021**

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul : **ANALISIS STRATEGI PENINGKATAN  
PARTISIPASI ANGGOTA MELALUI  
TRANSAKSI E-COMMERCE**

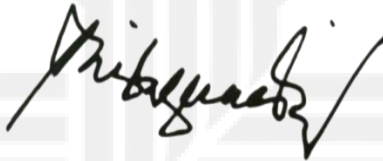
Nama : Rizki Agustus NurFajar

NRP : C1170084

Program Studi : S1 Manajemen

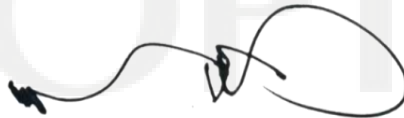
Konsentrasi : Manajemen Bisnis

Menyetujui dan Mengesahkan  
Dosen Pembimbing:



**Dr. Trida Gunadi, S.E., M.Si.**

Direktur Program Studi S1 Manajemen



**Dr. H. Gijanto Purbo Suseno, S.E., MSc**

## RIWAYAT HIDUP

**Rizki Agustus NurFajar**, Penulis dilahirkan di Bandung, Jawa barat pada tanggal 02 Agustus tahun 1998. Penulis merupakan anak ketiga dari keempat bersaudara, putra dari Bapak Agus Mulyadi dan Ibu Alm. Kantika Sulkirin.

Jenjang Pendidikan formal yang telah diselesaikan sebagai berikut:

1. Tahun 2010 lulus dari Sekolah Dasar (SDS) Syania, Desa Cihanjuang Kecamatan Cimanggung Kabupaten Sumedang.
2. Tahun 2013 lulus dari Sekolah Menengah Pertama (SMP) Negeri 1 Cimanggung Kecamatan Cimanggung Kabupaten Sumedang.
3. Tahun 2016 lulus dari Sekolah Menengah Akhir (SMA) Negeri Jatinangor, Desa Hegarmanah Kecamatan Jatinangor Kabupaten Sumedang.
4. Tahun 2017, penulis tercatat sebagai mahasiswa pada Institut Manajemen Koperasi Indonesia (IKOPIN) pada Program Studi Strata 1 (S-1) dengan Konsentrasi Manajemen Bisnis.

## ABSTRACT

**Rizki Agustus NurFajar (2021)**, *Analysis of Strategies for Increasing Member Participation Through E-commerce Transactions (a case study in the Waserda Business Unit of the Indonesian Employee Cooperative KPRI Sasakadana Garut)*, under the guidance of **Dr. Trida Gunadi, S.E., M.Si.**

*The object of this research is the Waserda Cooperative Unit KPRI Sasakadana Garut. Waserda Business Unit income increased and decreased, Waserda Business Unit income has increased and decreased, this condition is suspected to occur because starting from long distances, members are busy to be able to come shopping at the cooperative, and members want more efficient ones. So that members can not feel the economic benefits directly. These factors indicate that the cooperative business system is still having difficulties to be accessed directly by cooperative members. E-commerce is one of the advantages that can be created by cooperatives, namely being able to connect companies, consumers and a community through electronic transactions and trade in products, services and information that are carried out electronically.*

*This study aims to determine the implementation of the service digitization of the Waserda Cooperative KPRI Sasakadana Garut Business Unit, to find out the satisfaction and interest felt by participating members in the implementation of Waserda Business Unit services, and to find out that E-commerce transactions can increase member participation as customers in the Waserda Business Unit. KPRI Sasakadana Garut Cooperative. This research uses case study method and scoring technique with Likert scale.*

*The results showed that member satisfaction regarding the implementation of the offline store of the Waserda Cooperative KPRI Sasakadana Garut business unit was quite good, but there were several indicators that were felt to be improved to achieve good results. For this reason, the implementation of the Digitalization of Waserda Business Unit Services is expected to be able to increase the transaction volume of cooperative members, so that the participation of members as buyers can increase.*

*Suggestions from this research is to utilize all digital concepts. with the ease of performing services and transactions has made it easier for Members to carry out their economic activities and of course these members can reuse the services provided by the cooperative.*

**Keywords:** *SWOT Analysis, E-commerce Transactions*

## RINGKASAN

**Rizki Agustus NurFajar (2021)**, Analisis Strategi Peningkatan Partisipasi Anggota Melalui Transaksi *E-commerce* (Studi kasus pada Unit Usaha Waserda Koperasi Pegawai Republik Indonesia KPRI Sasakadana Garut), dibawah bimbingan bapak **Dr. Trida Gunadi, S.E.,M.Si.**

Objek dari penelitian ini yaitu Unit Usaha Waserda Koperasi KPRI Sasakadana Garut. Pendapatan Unit Usaha Waserda mengalami kenaikan dan penurunan, kondisi ini diduga terjadi karena mulai dari jarak tempuh yang jauh, sibuknya anggota untuk bisa datang berbelanja dikoperasi, dan anggota ingin yang lebih efisien. Sehingga anggota tidak dapat merasakan manfaat ekonomi secara langsung. Faktor-faktor tersebut menunjukkan bahwa sistem bisnis koperasi masih mengalami kesulitan untuk dapat diakses secara langsung oleh anggota koperasi. *E-commerce* adalah salah satu solusi yang dapat diciptakan koperasi yaitu dapat menghubungkan perusahaan, konsumen dan suatu komunitas melalui transaksi elektronik serta perdagangan barang produk, layanan dan informasi yang dilakukan secara elektronik.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan Digitalisasi layanan Unit Usaha Waserda Koperasi KPRI Sasakadana Garut, mengetahui kepuasan dan kepentingan yang dirasakan oleh anggota yang berpartisipasi terhadap pelaksanaan layanan Unit Usaha Waserda, serta untuk mengetahui transaksi *E-commerce* dapat meningkatkan partisipasi anggota sebagai pelanggan di Unit Usaha Waserda Koperasi KPRI Sasakadana Garut. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dan teknik *scoring* dengan skala *likert*.

Hasil penelitian menunjukkan kepuasan anggota mengenai pelaksanaan toko offline Unit Usaha Waserda Koperasi KPRI Sasakadana Garut cukup baik, tapi ada beberapa indikator yang dirasa masih harus diperbaiki untuk mencapai hasil yang baik. Untuk itu dengan pelaksanaan Digitalisasi Layanan Unit Usaha Waserda diharapkan mampu meningkatkan volume transaksi anggota koperasi, agar partisipasi anggota sebagai pembeli bisa meningkat.

Saran dari penelitian ini adalah Dengan memanfaatkan semua konsep digital. dengan kemudahan dalam melakukan layanan dan transaksi telah memudahkan Anggota dalam melakukan aktivitas ekonominya dan pastinya anggota tersebut dapat menggunakan kembali layanan yang diberikan oleh koperasi.

**Kata Kunci:** Analisis SWOT, Transaksi *E-commerce*

## **KATA PENGANTAR**

### **Bismillahirrahmannirrahim**

Alhamdulillah, Puji dan syukur senantiasa dilimpahkan kehadiran Allah SWT, atas rahmat hidayah, karunia dan petunjuk-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul (ANALISIS STRATEGI PENINGKATAN PARTISIPASI ANGGOTA MELALUI TRANSAKSI E-COMMERCE).

Penulis sadar sepenuhnya, tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, penulis tidak akan mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Maka dengan segala kerendahan hati dan rasa hormat yang mendalam, perkenankan penulis mengucapkan terima kasih kepada yang tercinta Alm. Ibunda dan Ayah yang penuh kasih sayang telah memberikan do'a, dukungan moril maupun materil yang tiada ternilai harganya, semua keluarga dan saudara-saudaraku, dan keponakan. terimakasih atas doa dan semangatnya serta semua pihak yang telah membantu, baik moril maupun materil. Ucapan tersebut penulis sampaikan kepada:

1. Yang Terhormat, Bapak Dr. Burhanuddin Abdullah, Ir., MA Selaku Rektor Institut Koperasi Indonesia.
2. Yang Terhormat, Dr. Trida Gunadi, S.E., M.Si selaku pembimbing saya mengucapkan banyak terima kasih atas bimbingan, semangat dan arahannya.
3. Yang Terhormat, Drs. Dadan Hamdani, MM selaku penelaah koperasi, yang telah memberikan banyak masukan dan saran serta ilmu pengetahuan.
4. Yang Terhormat, Dr. H Ery Supriyadi, R.,Ir., M.T selaku dosen penelaah konsentrasi, yang telah memberikan banyak masukan dan saran serta ilmu pengetahuan.
5. Yang Terhormat, Bapak Dr. H. Gijanto Purbo Suseno, S.E., M.Sc. selaku Direktur Prodi S1 Manajemen Intitut Koperasi Indonesia.

6. Seluruh dosen dan karyawan Institut Manajemen Koperasi Indonesia (IKOPIN).
7. Seluruh Pengurus dan Karyawan Koperasi Pegawai Republik Indonesia KPRI Sasakadana Garut yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian di Koperasi tersebut dan memberikan Informasi serta Data yang di butuhkan peneliti dalam menyelesaikan penelitiannya.
8. Seluruh anak-anak Kelas manajemen-B dan kelas konsentrasi manajemen bisnis yang telah menjadi teman ketika di kampus dan memberikan banyak bantuan selama di IKOPIN.
9. Seluruh pihak yang telah membantu sehingga tercipta skripsi ini.

Dengan segala perhatian, bimbingan, dan arahan dari dosen pembimbing akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan. Meskipun demikian, penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun sangat dinantikan untuk perbaikan di masa yang akan datang.

Akhir kata penulis mohon maaf atas segala kekurangannya dan besar harapan agar skripsi ini dapat bermanfaat untuk penulis khususnya, bagi seluruh mahasiswa Konsentrasi Manajemen Bisnis dan masyarakat umum.

Jatinangor, Agustus 2021

IKOPIN

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>iii</b>
<b>RINGKASAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	15
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian .....	15
1.4. Kegunaan Penelitian.....	16
<b>BAB II PENDEKATAN MASALAH DAN METODE PENELITIAN.....</b>	<b>17</b>
2.1. Pendekatan Masalah.....	17
2.1.1. Pendekatan koperasi.....	17



2.1.2.	Pendekatan Partisipasi anggota .....	25
2.1.3.	Pendekatan <i>E-Commerce</i> .....	34
2.2.	Metedologi Penelitian.....	52
2.2.1.	Metode Penelitian yang Digunakan .....	52
2.2.2.	Data yang Diperlukan (Operasionalisasi Konsep/Variabel) .....	53
2.2.3.	Sumber Data dan Cara Mengumpulkan Data.....	57
2.2.4.	Teknik Pengumpulan Data.....	58
2.2.5.	Rancangan Analisis Data .....	60
2.2.6.	Tempat dan Lokasi Penelitian.....	68
<b>BAB III KEADAAN UMUM DAN TEMPAT PENELITIAN.....</b>		<b>69</b>
3.1.	Keadaan Umum KPRI Sasakadana .....	69
3.2.	Struktur Organisasi Koperasi .....	74
3.3.	Unit Usaha Sasakadana .....	81
3.4.	Keadaan Wilayah Kerja KPRI Sasakadana .....	82
3.5.	Permodalan dan Keadaan Keuangan KPRI Sasakadana .....	85
3.7.	Implementasi Jati Diri Koperasi.....	91
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>99</b>
4.1.	Identitas Responden.....	99

4.2.	Upaya dan Strategi Digitalisasi Layanan Unit Usaha Waserda KPRI Garut.	100
4.2.1.	Upaya Digitalisasi Proses analog menjadi <i>E-commerce</i> .....	100
4.2.2.	Strategi Digitalisasi layanan Proses analog menjadi <i>E-commerce</i> .....	104
4.3.	Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman Aplikasi <i>E-commerce</i> Pada Koperasi Pegawai Republik Indonesia KPRI Sasakadana Garut. ....	143
4.4.	Proses proses untuk melakukan transaksi secara online melalui <i>E-commerce</i> .	148
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>154</b>
5.1.	Kesimpulan.....	154
5.2.	Saran.....	155
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>157</b>
<b>LAMPIRAN</b>		

IKOPIN

## DAFTAR GAMBAR

No Gambar	Judul	Halaman
Gambar 2.1	metode pelaksanaan digitalisasi unit usaha waserda menjadi E-commerce	43
Gambar 2.2	Struktur Sistem E-commerce Berbasis Web	45
Gambar 3.1	Susunan Pengurus	74
Gambar 4.1	Supply Chain	148
Gambar 4.2	Data Flow Diagram	150
Gambar 4.3	Proses Bisnis Penjualan	151
Gambar 4.4	Proses Bisnis Pembelian	152
Gambar 4.5	halaman landing page website toko online koperasi	153
Gambar 4.6	halaman landing page aplikasi toko online koperasi	153

IKOPIN

## DAFTAR TABEL

No Tabel	Judul	Halaman
Tabel 1.1	Realisasi Anggaran Pendapatan Jasa Barang Waserda.....	5
Tabel 1.2	Perkembangan Anggota dan Rata-Rata Volume Transaksi Anggota .....	6
Tabel 2.1	Strategi Funneling .....	51
Tabel 2.2	Operasionalisasi Variabel .....	56
Tabel 2.3	Kriteria Kepuasan Anggota Terhadap Pelaksanaan Layanan Waserda .....	50
Tabel 2.4	Kriteria Kepentingan Anggota Terhadap Layanan Digitalisasi Waserda.....	61
Tabel 2.5	Kelas Interval Skor Layanan Kepuasan dan Kepentingan Unit Usaha Waserda.....	62
Tabel 2.6	Skala Kriteria Kepuasan Anggota Terhadap Pelaksanaan Layanan Waserda .....	63
Tabel 2.7	Skala Kriteria Kepentingan Anggota Terhadap Digitalisasi Layanan Waserda .....	64
Tabel 2.8	Kelas Interval Skor Kepuasan dan Kepentingan.....	65
Tabel 2.9	Rekapitulasi Kepuasan Anggota terhadap Pelaksanaan Layanan Waserda	65
Tabel 2.10	Rekapitulasi Kepentingan Anggota terhadap Digitalisasi Layanan Waserda.....	65

Tabel 3.1 Perkembangan Jumlah Anggota KPRI Sasakadana Tahun 2016-2020.....	83
Tabel 3.2 Perkembangan Modal Sendiri KPRI Sasakadana pada tahun 2016-2020 ..	87
Tabel 3.3 Standar Pengukuran Rasio Keuangan Koperasi.....	89
Tabel 3.4 Definisi Koperasi Menurut Undang-Undang No.25 Tahun 1992.....	92
Tabel 3.5 Nilai-Nilai Koperasi Menurut Undang-Undang No.25 Tahun 1992 .....	94
Tabel 3.6 Prinsip Koperasi berdasarkan Undang-Undang No.25 Tahun 1992.....	95
Tabel 4.1 Kepuasan Anggota Terhadap Keterjangkauan Harga.....	107
Tabel 4.2 Kepuasan Anggota Terhadap Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk .....	108
Tabel 4.3 Kepuasan Anggota Terhadap Daya Saing Harga.....	108
Tabel 4.4 Kepuasan Anggota Terhadap Diskon yang Diberikan.....	109
Tabel 4.5 Kepuasan Anggota Terhadap Toko Koperasi Dapat Dipercaya .....	110
Tabel 4.6 Kepuasan Anggota Terhadap Kemudahan Bertransaksi .....	110
Tabel 4.7 Kepuasan Anggota Terhadap Kemudahan Penggunaan Layanan .....	111
Tabel 4.8 Kepuasan Anggota Terhadap Interaksi dan Komunikasi.....	112
Tabel 4.9 Kepuasan Anggota Terhadap Keamanan Dalam Bertransaksi .....	113
Tabel 4.10 Kepuasan Anggota Terhadap Kebutuhan Transaksi Offline .....	113
Tabel 4.11 Kepuasan Anggota Terhadap Ancaman Bertransaksi.....	114
Tabel 4.12 Kepuasan Anggota Terhadap Kerentanan Pengaruh Antar Pribadi .....	115

Tabel 4.13 Kepuasan Anggota Terhadap Kebutuhan Sosial yang Dinamis untuk Bertransaksi.....	116
Tabel 4.14 Kepuasan Anggota Terhadap Pembelian Dipengaruhi Karakteristik Budaya, Sosial, Pribadi dan. Psikologis.....	116
Tabel 4.15 Kepuasan Anggota Terhadap Perilaku Belanja Offline Shopping.....	117
Tabel 4.16 Kepuasan Anggota Terhadap Kemudahan Akses Bertransaksi.....	118
Tabel 4.17 Kepuasan Anggota Terhadap Efisiensi Berbelanja Offline .....	119
Tabel 4.18 Kepuasan Anggota Terhadap Kebutuhan Melakukan Transaksi.....	119
Tabel 4.19 Kriteria Kepentingan Anggota Terhadap Keterjangkauan Harga .....	120
Tabel 4.20 Kriteria Kepentingan Anggota Terhadap Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk.....	121
Tabel 4.21 Kriteria Kepentingan Anggota Terhadap Daya Saing Harga.....	121
Tabel 4.22 Kriteria Kepentingan Anggota Terhadap Diskon yang Diberikan.....	122
Tabel 4.23 Kriteria Kepentingan Anggota Terhadap E-commerce Dapat Dipercaya .....	122
Tabel 4.24 Kriteria Kepentingan Anggota Terhadap Kemudahan Bertransaksi.....	123
Tabel 4.25 Kriteria Kepentingan Anggota Terhadap Kemudahan Penggunaan Layanan.....	124
Tabel 4.26 Kriteria Kepentingan Anggota Terhadap Interaksi dan Komunikasi.....	124

Tabel 4.27 Kriteria Kepentingan Anggota Terhadap Keamanan Dalam Bertransaksi .....	125
Tabel 4.28 Kriteria Kepentingan Anggota Terhadap Kebutuhan Transaksi Online .	126
Tabel 4.29 Kriteria Kepentingan Anggota Terhadap Ancaman Bertransaksi.....	126
Tabel 4.30 Kriteria Kepentingan Anggota Terhadap Kerentanan Pengaruh Antar Pribadi .....	127
Tabel 4.31 Kriteria Kepentingan Anggota Terhadap Kebutuhan Sosial yang Dinamis untuk Bertransaksi.....	128
Tabel 4.32 Kriteria Kepentingan Anggota Terhadap Pembelian Dipengaruhi Karakteristik Budaya, Sosial, Pribadi dan, Psikologis.....	128
Tabel 4.33 Kriteria Kepentingan Anggota Terhadap Perilaku Belanja Online Shopping .....	129
Tabel 4.34 Kriteria Kepentingan Anggota Terhadap Kemudahan Akses Bertransaksi .....	130
Tabel 4.35 Kriteria Kepentingan Anggota Terhadap Efisiensi Berbelanja Online...	130
Tabel 4.36 Kriteria Tanggapan Anggota Terhadap Kebutuhan Melakukan Transaksi .....	131
Tabel 4.37 Rekapitulasi Kepuasan Anggota Terhadap Layanan Unit Usaha Waserda .....	132
Tabel 4.38 Rekapitulasi Kepentingan Anggota Terhadap Layanan Unit Usaha Waserda.....	134

Tabel 4.39 Sistem Penilaian Skoring Mengenai Partisipasi Prekuensi/Seringnya Berbelanja Pada Unit Usaha Waserda Koperasi KPRI Sasakadana Perbulan. ....	136
Tabel 4.40 Hasil Mengenai Nilai Jumlah Rupiah Pembelanjaan Anggota Perbulan. ....	137
Tabel 4.41 Perbandingan Harga Jual .....	139
Tabel 4.42 Mengenai Potensi Proses Layanan Bisnis E-Commerce .....	142
Tabel 4.43 Analisis SWOT .....	144
Tabel 4.44 Analisis SO dan WO .....	145

